Problem

The problem that we want to solve with this project is the accumulation of people at supermarket chain checkouts such as Santamaria; it is tedious or annoying for the consumer. This problem is due to various factors such as not having adequate money to pay, few checkouts available to cancel products, failures in the system when charging by card, on holidays due to last-minute purchases or seasonal offers, and even inopportune occasions. in which a product is remembered when it is in the queue or when paying

Overview

The application will seek to help customers of the Santamaria supermarket with the following proposal, which is billing for the products they wish to buy, thus making the lines faster and more agile, avoiding the extremely long line.

This is planned to be done through the camera of a mobile cell phone, which would be through the barcode of each product that the client will scan with his cell phone through the application to be developed once with all the desired products, which would be added to your virtual shopping cart, the app will have options of different payment methods these would be payment by card or payment at supermarket cashiers since this is thought to speed up user purchases

Some implementations that this application would have would do:

• It would have a virtual cart which would help with the sum of the products to be purchased.

• With a notification tab make of new products, discounts and coupons.

• A map or indications of the sector of the desired product to speed up the purchase

The application intends to be a complement for people and companies at the time of making their purchases by allowing them to solve the dilemmas indicated above, so Santamaria will be able to obtain data to provide new offers and promotions focused on the needs of the client, on the other hand, people will be able to optimize their time and calculate their money correctly instantly and organize their shopping list.

Background

Companies allocate budget, time, and personnel in the planning, conceptualization and updating of trade marketing and digital marketing strategies. They face a great challenge to be able to be competitive in the face of the globalized economy and the changing desires of the market. Reasons that create the need to maintain a competitive advantage to achieve consumer loyalty and maximize their efforts, to maintain their competitiveness in their market area, is therefore the interest in creating feasible solutions to consumers.

Some supermarkets do not know that 35% of the executions of some strategies implemented are deficient and to solve it we must take advantage of technology and create interactive methods with the consumer that facilitate the consumption of products. People usually waste time not knowing the totality of their purchases, so they do not optimize their money according to their Priorities.

On the other hand, companies need to provide more accurate offers to their customers, to provide discounts focused on the interests and especially needs of the client.

Purchases in mass consumption products have grown by 9% compared to 2020, with supermarkets being one of the channels with the highest purchase preference on the part of users, so that purchases in the different supermarket chains amounts to 17%, in relation to the previous year.

Despite the technological advance, the different options granted by companies to facilitate the experience in our purchases, vanguardia magazine states that "we spent 4 years of our hacienda cola", this represents 4% of a life of 100 years, which we spend standing in line in supermarkets, outings to the cinema, in the food courts and buying clothes, that although great technological advances and innovations such as e-commerce have been achieved, it is not possible to change the endless rows that are formed in order to reach a point. (Lleida 2017)

Problem(el problema)

La acumulación de personas en cajas de cadenas de supermercados como SuperMaxi, Tia, AKI, etc; resulta tedioso o fastidioso para el consumidor. Este problema es causado por varios factores como el no tener el dinero justo para pagar, pocas cajas disponibles para cancelar los productos, fallos en el sistema cuando se cobra con tarjeta, en días festivos por el hacer compras de último momento u ofertas de temporada, e incluso en ocasiones inoportunas en las que se recuerda un producto cuando se está en fila o en caja.

Overview(cómo vamos a resolver el problema, ya sea utilizando o desarrollando software)

La aplicación ayudará a los clientes a facturar los productos que desea comprar, haciendo que las filas sean más rápidas y ágiles, evitando así cualquier tipo de fila extremadamente largas. Esto se implementará mediante el código de barras de cada producto que el cliente escaneara con su celular a través de una app mediante la cámara, ya con todos los productos deseados la app tendrá opciones de diferentes métodos de pago estas serían el pago en tarjeta o con pago en cajeros ya que con esto se agilizar las compras, se evitará la filas largas así ahorrando mucho tiempo de espera en estas.

Aparte de agilizar las filas esta app contará con notificaciones de productos nuevos, descuentos y cupones, también con un mapa o indicaciones en donde se encuentra el producto para facilitar al cliente y así ahorrando tiempo.

La aplicación pretende ser un complemento para las personas y empresas al momento de realizar las compras al permitir resolver los dilemas antes puntualizados, los supermercados podrán obtener datos para brindar nuevas ofertas y promociones focalizadas según las necesidades del cliente, por otro lado las personas podrán optimizar su tiempo y calcular su dinero de manera correcta al instante y organizar su lista de compras.

Background(que necesitamos conocer para resolverlo)

Las empresas destinan presupuesto, tiempo, y personal en la planificación, conceptualización y actualización de las estratégias de venta y marketing digital. Estas enfrentan un gran reto para poder ser competitivas frente a la economía globalizada y los deseos cambiantes del mercado. Motivos que crean la necesidad de mantener una ventaja competitiva para lograr fidelizar a sus consumidores y maximizar sus esfuerzos, para mantener su competitividad en su área de mercado, es por ello el interés en crear soluciones factibles a los consumidores.

Algunos supermercados no saben que el 35% de las ejecuciones de algunas estrategias implementadas son deficientes y para solucionarlo debemos aprovechar la tecnología y crear métodos interactivos con el consumidor que faciliten el consumo de productos.Las personas generalmente pierden el tiempo al no saber la totalidad de sus compras, por lo cual no optimizan su dinero según sus Prioridades.(Almela, 2002)

A pesar del avance tecnológico, las diferentes opciones otorgadas por las empresas para facilitar la experiencia en nuestras compras,la revista Vanguardia afirma que "pasamos 4 años de nuestra vida hacienda cola", esto representa el 4% de una vida de 100 años, que pasamos haciendo fila en supermercados, salidas al cine, en los patios de comida y compra de ropa, que aunque se ha logrado grandes avances tecnológicos e innovaciones como el e-comerce, no se logra cambiar las interminables filas que se forman con el fin de llegar a un punto. (Lleida 2017)

Las compras en productos de consumo masivo han crecido un 9% con respecto al año 2020,siendo los supermercados uno de los canales con mayor preferencia de compra de parte de los usuarios, es así que las compras en los diferentes cadenas de supermercados asciende al 17%, en lo que referente al año anterior.(Coba 2021)